

## ABSTRAK

**Panalungtikan ieu judulna "Persepsi Masyarakat kota Bandung Ngeunaan Penipuan Warung Online Dina Media Sosial Instagram". Persépsi téh inti komunikasi, bari interpretasi mangrupa hakekat persépsi, nu idéntik jeung tukangeun dina prosés komunikasi.**

**Panalungtikan ieu ngagunakeun padika panalungtikan kualitatif jeung ngagunakeun téori persépsi, sedengkeun téhnik pendataan nu dipaké téh studi pustaka, observasi, wawancara, maluruh data online, jeung dokuméntasi.**

**Kenging panalungtikan ieu, data sadayana (observasi jeung wawancara) analisis panalungtik urang nunjukeun yen persepsi masyarakat kota Bandung dina penipuan warung online di média sosial Instagram meunang persépsi goréng duanana ti panongton, utamana jalma Bandung anu atos ngalaman panipuan, éta tiasa ditingali ti persepsi atawa ngawawancara balik jeung jalma Bandung.**

**Bongbolongan anu bade di tepikeun ku peneliti kanggo masyarakat salaku konsumen peneliti, khususna jalma Bandung nu migunakeun Instagram janten langkung ati ati mun balanja di warung online di Instagram sarta leuwih selektif lamun mutuskeun bade milih barang jeung balanja di warung online. Sarta bongbolongan pikeun pamaké Instagram diharepkeun ngamangpaatkeun média sosial ogé henteu ngarugikeun batur.**